

**PENETRASI PRODUK *READY TO EAT CHICKEN NUGGET* PADA RUMAH
TANGGA DI KAWASAN SEMARANG**

**PENETRATION OF *CHICKEN NUGGET* READY-TO-EAT PRODUCT IN
HOUSEHOLDS IN SEMARANG**

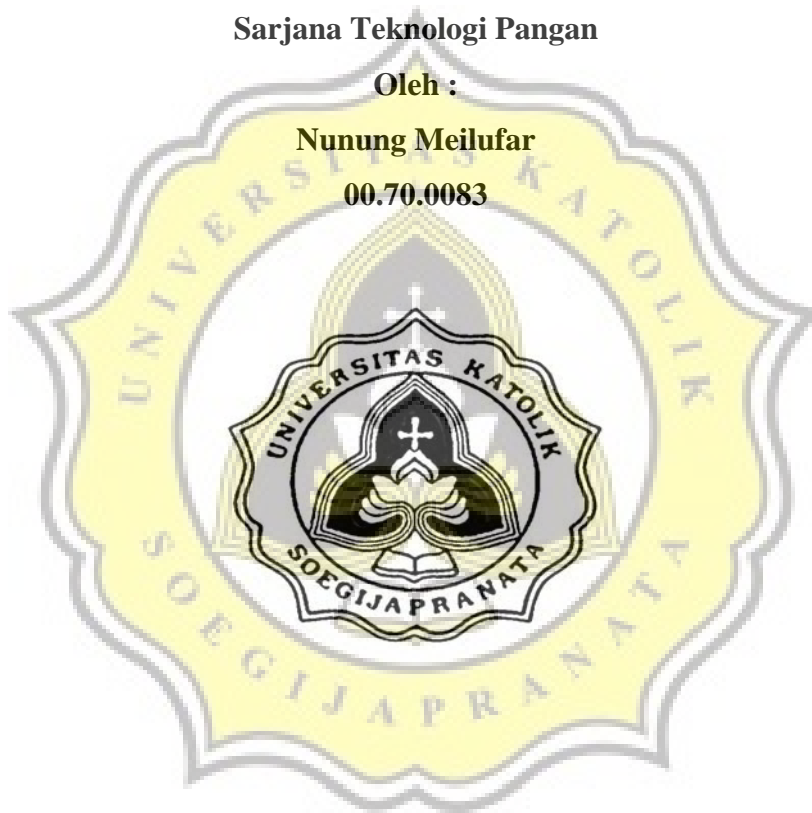
SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat-syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Teknologi Pangan**

Oleh :

Nunung Meilufar

00.70.0083



**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI PANGAN
FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2008**

RINGKASAN

Chicken Nugget Adalah daging siap makan yang sangat di gemari di Indonesia. Produk ini tidak hanya dapat ditemukan di kota tetapi juga di Kawasan Peri-urban bahkan di Kawasan pedesaan. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan penetrasi produk *Chicken Nugget* sebagai makanan cepat siap saji di Kawasan Kota, Kawasan Peri-urban, dan Kawasan Rural di Semarang. Pada penelitian ini 330 responden diambil sebagai sampel. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berbentuk kuisisioner yang digunakan untuk mengetahui tingkat penetrasi dengan interview secara langsung yang semi-struktur. Beberapa pertanyaan yang diajukan selama interview meliputi profil responden, proporsi responden yang mengetahui produk *Chicken Nugget*, dan tempat pembelian produk *Chicken Nugget*; frekuensi dan jumlah konsumsi produk *Chicken Nugget*. Hasil dari penelitian ini didapatkan bahwa proporsi responden yang mengetahui produk *Chicken Nugget* adalah 100 % di Kawasan Urban, 63,6 % di kawasan Peri-Urban, dan 47,3 % di Kawasan Rural. Sedangkan proporsi responden yang mengkonsumsi produk *Chicken Nugget* berturut-turut adalah di Kawasan Urban 43,6 %, di Kawasan Peri-urban 26,4 %, dan 8,2 % di Kawasan Rural. Kesimpulan dari penelitian ini adalah perbedaan tingkat penetrasi produk *Chicken Nugget* antara Kawasan Urban, Kawasan Peri-Urban, dan Kawasan Rural kemungkinan dapat disebabkan karena pengaruh harga, pengaruh anggota keluarga, dan kurangnya pengetahuan mengenai produk *Chicken Nugget*.

SUMMARY

Chicken Nugget is Ready-to-eat which easily gains a popularity in Indonesia. This product can be found not only in Urban areas but also in Peri-urban and even in Rural areas. This study was aimed at determining the penetration of Chicken Nugget as a Ready-to-eat food in Urban, Peri-urban and Rural areas in the greater Semarang. In this study is questionnaires for conduction a semi-structured interviews. The mainquestions posted during the interviews included profile of the respondents; proportion of respondets who know the product and thir buying locations; the frequency and amout of respondents who know the product were 100 %, 63,6 % , and 47,3% respectively for Urban, Pery-urban, and Rural areas. In the order, the proportion of respondents who consume Chicken Nuggets were 43,6 %, 26,4 % , and 8,2 % respectively. A conclution whichcan be dwarn from this study is that the different level of penetration of chicken Nugget between Urban, peri-Urban and Rural areas may be attributed to price, income, influence of famiy members, and exposure to information.

Key Word : Penetration, Householl consumtions, Chicken Nugget

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
RINGKASAN.....	ii
<i>SUMMARY</i>	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii

1.PENDAHULUAN.....	1
2.MATERI DAN METODE	9
2.1Teknik pengambilan sampel.....	9
2.3 Pengumpulan data.....	10
2.4 Analisis data.....	11
3. HASIL PENELITIAN.....	12
3.1 Karakteristik responden.....	12
3.1. 1.Umur responden.....	12
3.1.2. Pekerjaan responden.....	13
3.1.3. Pendidikan responden.....	13
3.1.4. Pendapatan keluarga responden.....	14
3.1.5. Jumlah keluarga responden.....	15
3.2 Pengenalan dan pembelian produk <i>Nugget</i>	15
3.2.1 Pengenalan terhadap produk <i>Nugget</i>	15
3.2.2 Lama mengenal produk <i>Nugget</i>	16
3.2.3 Media pengenalan produk <i>Nugget</i> di Kawasan Urban, Peri-Urban dan Rural.....	17
3.2.4 Lokasi pembelian produk <i>Nugget</i>	18
3.2.5 Jenis dan merek <i>Nugget</i> yang dibeli.....	19
3.2.6 Ukuran kemasan <i>Nugget</i> yang dibeli konsumen di Kawasan Urban, Peri-Urban, dan Rural.....	21

3.3 Konsumsi produk <i>Nugget</i>	22
3.3.1 Status konsumsi.....	22
3.3.2 Alasan konsumsi produk <i>Chicken Nugget</i>	22
3.3.3 Waktu konsumsi produk <i>Chicken Nugget</i>	23
3.3.4 Rata-rata konsumsi produk <i>Nugget</i> setiap orang.....	24
3.3.5 Frekuensi pembelian.....	25
3.3.5 Frekuensi konsumsi.....	26
3.3.5 Pengetahuan ibu mengenai produk <i>Nugget</i>	27
3.3.6 Tempat penyimpanan produk <i>Chicken Nugget</i>	28
4. PEMBAHASAN.....	29
5. KESIMPULAN	37
6.SARAN.....	38
7. DAFTAR PUSTAKA.....	39
8.LAMPIRAN.....	41

